

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Mengenai <i>Personal Branding</i>	9
2.1.1 Persepsi Publik	9
2.1.2 <i>Brand, Branding dan Personal Branding</i>	13
2.1.3 <i>Personal Branding</i> Politik	17
2.2 Tinjauan Mengenai Politisi Perempuan Sunda	19
2.2.1 Teori Gender dalam Politik	19
2.2.2 Keterwakilan Perempuan dalam Politik	21
2.2.3 Istilah Sunda dan Organisasi Sosial Masyarakat Sunda	25
2.3 Tinjauan Mengenai Media Televisi	28
2.3.1 Komunikasi Massa	29
2.3.2 Media Massa Televisi	32
2.3.3 Program Televisi	36
2.4 Penelitian Terdahulu	40
2.5 Kerangka Pemikiran	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Pendekatan Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	49
3.3.1 Subjek Penelitian	49
3.3.2 Objek Penelitian	50
3.4 Instrumen Penelitian	50
3.5 Prosedur Penelitian	51
3.5.1 Tahap Persiapan Penelitian	51
3.5.2 Tahap Pelaksanaan Penelitian	52
3.5.3 Tahap Pasca Penelitian	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6.1 Wawancara	53
3.6.2 Dokumentasi	53
3.6.3 Studi Pustaka	54
3.7 Teknik Analisis Data	54

3.7.1 <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data)	55
3.7.2 <i>Data Display</i> (Penyajian Data)	56
3.7.3 <i>Conclusion Drawing/Verification</i>	56
3.8 Validitas Data	56
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Deskripsi Lokasi dan Subjek Penelitian	62
4.1.1 Deskripsi INews Bandung	62
4.1.2 Deskripsi Program Ngawangkong Sareng Ceu Popong	68
4.1.3 Deskripsi Profil Ceu Popong	68
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	71
4.2.1 Pembentukan <i>Personal Branding</i> Ceu Popong melalui Program INews Bandung	72
4.2.2 Persepsi Publik terhadap <i>Personal Branding</i> Ceu Popong sebagai Politisi Perempuan Sunda	81
4.2.3 Persepsi Publik terhadap <i>Personal Branding</i> Ceu Popong sebagai Pembawa Acara dalam Program INews Bandung	90
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	98
4.3.1 Pembentukan <i>Personal Branding</i> Ceu Popong melalui Program INews Bandung	98
4.3.2 Persepsi Publik terhadap <i>Personal Branding</i> Ceu Popong sebagai Politisi Perempuan Sunda	111
4.3.3 Persepsi Publik terhadap <i>Personal Branding</i> Ceu Popong sebagai Pembawa Acara dalam Program INews Bandung	116
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	121
5.1 Simpulan	121
5.1.1 Simpulan Umum	121
5.1.2 Simpulan Khusus	121
5.2 Implikasi dan Rekomendasi	124
DAFTAR PUSTAKA	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik Program Hiburan dan Informasi	37
Tabel 4.1 Informan Wawancara	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-Faktor yang Membentuk Persepsi	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	47
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber Data	58
Gambar 3.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	59
Gambar 4.1 Logo INews Bandung	62
Gambar 4.2 Logo Lama IMTV Bandung	66
Gambar 4.3 Logo Baru IMTV Bandung	66
Gambar 4.4 Struktur Organisasi PT. Indonesia Musik Televisi	67
Gambar 4.5 Logo Program <i>Ngawangkong Sareng Ceu Popong</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Perizinan Penelitian

- a. SK Pembimbing
- b. SK Penguji
- c. Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Pendukung Penelitian

- a. Daftar Check List Pustaka
- b. Buku Laporan Penulisan Skripsi
- c. Lembar Pengesahan Skripsi Setiap Bab

Lampiran 3 Instrumen Penelitian

- a. Pedoman Wawancara
- b. Pedoman Dokumentasi

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian